

L'AFM à l'heure de la distribution en ligne

★ Comme tous les ans, l'AFM (American Film Market), le plus important marché du film dans le monde après Cannes, ouvre ses portes à Santa Monica, Californie, en bordure de mer (du 31 octobre au 5 novembre).

Cette 44^{ème} édition, accueille des acheteurs venus de 84 pays, des vendeurs de 60 pays et près de 300 exposants, soit au total plus de 8000 visiteurs. Un marché dynamique qui se pare d'un nouvel habillage. En effet, l'AFM est passé du Loews Hotel, en cours de rénovation, au Méridien Delfina, à quelques pas. Les projections ont lieu comme d'habitude dans différents cinémas de la ville et les conférences se tiennent au Hilton de Santa Monica. L'organisation reste inchangée : Jean Prewitt est toujours présidente et PDG de l'AFM et beaucoup de distributeurs/acheteurs des années passées reviennent en force, avec notamment chez les Français Orange Studios, Pathé Films, SND Groupe M6, Studio Canal, Charades, MK2 Films, Newen Connect TF1 et bien sûr Unifrance, qui représentera un large consortium de sociétés.

En revanche, ce sont les circonstances qui entourent le Marché qui ont changé. 2020 et 2021 avaient été marquées par un nombre d'absences notoires dues à la pandémie du Covid-19. 2022 fut l'année du retour à la normale, mais 2023 aura été affectée par « les grandes grèves » : d'abord celle des scénaristes (Guilde de la WGA) qui après 148 jours d'arrêt de travail ont réussi à renouveler leur contrat début juin avec l'AMPTP (Alliance of Motion Picture and Television Producers). Quant à SAG-AFTRA, la guilde des acteurs, elle est toujours en grève, sans espoir pour l'instant d'une résolution satisfaisante pour tous.

Stratégie de vente

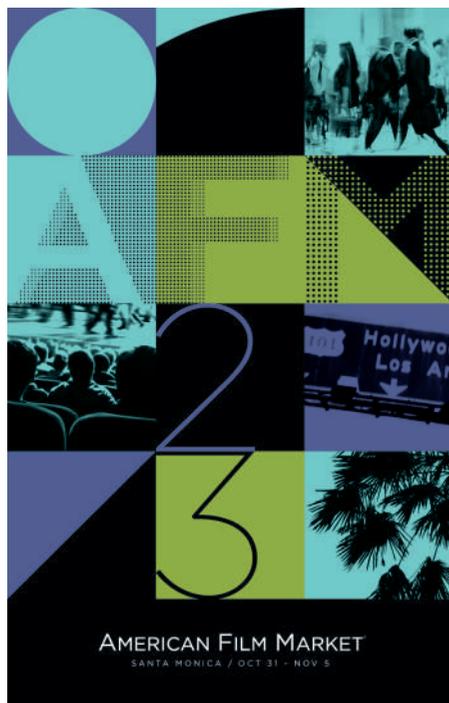
Les perturbations ne devraient pas affecter directement le Marché. « Les professionnels qui viennent à l'AFM ne sont pas la cible de la grève de la SAG-AFTRA » explique Jean Prewitt. Les indépendants ne négocient pas avec l'AMPTP, qui représente les studios et les streamers. Ils ont donc la possibilité de conclure des accords individuels avec SAG-AFTRA sur ce qu'ils appellent des accords intérimaires. La grève touche tout de même l'ensemble du secteur. Si par exemple vous aviez vraiment espéré pouvoir contribuer au financement d'un

film en passant un accord de distribution avec, disons, Netflix, qui est visé par la grève, vous vous retrouvez dans une impasse. »

Autre facteur qui se confirme cette année : le passage de la distribution en salle à la distribution en ligne à travers les streamers, ce qui implique de la part des vendeurs une autre stratégie de vente. « Les gens mettent davantage l'accent sur le positionnement des titres pour qu'ils connaissent un très grand succès en ligne, plutôt que de le faire après coup, comme cela aurait pu être le cas autrefois. » note Jean Prewitt. L'ensemble du marché en ligne lui-même est devenu beaucoup plus compétitif. De nouvelles compétences sont désormais impliquées dans le marketing des produits, en ce qui concerne l'A-VOD, la S-VOD ou la T-VOD, selon que les revenus proviennent de la publicité, des abonnements ou de transactions individuelles. « Est-ce que le vendeur va aller à une chaîne de streaming spécifique ou une chaîne plus générique qui achète du contenu à partir de nombreuses sources ? C'est tout un ensemble de décisions commerciales qui peuvent être déterminantes » explique Jean Prewitt.

Tels sont quelques-uns des enjeux de l'AFM 2023, enjeux qui feront l'objet de discussions passionnées lors des nombreuses conférences animées par des « panelistes » venues des grands studios et des streamers, débats qui certainement continueront dans les couloirs du Hilton et du Méridien Delfina, à deux pas du Pacifique.

Claude Budin-Juteau
Correspondant d'Écran Total
à Los Angeles



Tribune

“L'Education à l'image, on en parle depuis les années 70 et tout a été dit à défaut d'avoir été fait !”

★ Les récentes annonces du Ministère de l'Education Nationale ne sont pas de bonnes nouvelles. Pourquoi le monde du cinéma doit impérativement agir, aux côtés des enseignants ?

par Rafael Maestro - exploitant, Vice-président du Festival du Film de Sarlat

Accompagner des élèves dans une salle de cinéma vers des œuvres fait partie de la vie professionnelle de milliers d'enseignants. Cela dure depuis 40 ans, et concerne plus d'un million et demi d'élèves, notamment les plus éloignés des pratiques culturelles. Or, la parution du guide à l'usage du chef d'établissement du Ministère de l'Education Nationale indique la suppression des formations sur le temps d'enseignement des professeurs et la mise en place du pacte de remplacement qui diminuera la présence des classes dans les salles.

La fragilisation significative des dispositifs scolaires d'éducation au cinéma est réelle, alors que l'Éducation Artistique et Culturelle est considérée comme une priorité sur le plan national. Plus d'1,5 million d'élèves, de la maternelle à l'université, fréquentent les cinémas et se forment au 7^{ème} Art et à l'image. Nous devons nous mobiliser pour faire en sorte que demain, ce chiffre augmente considérablement, convaincu de l'effet inverse que la circulaire ministérielle produirait.

La culture à l'école, l'égalité des chances quel que soit son territoire ou son milieu social, sont autant de leviers républicains afin que nos lieux de culture accélèrent le nécessaire renouvellement de leurs publics.

Au-delà de ces pratiques culturelles collectives, tous les acteurs de la filière considèrent que l'image a envahi nos vies et commence à remplacer, chez les plus jeunes, l'écriture. Sa présence est immense et pas sans danger. Il y a urgence et les chiffres parlent par eux-mêmes : Avec en moyenne en France un tiers de notre temps éveillé devant un écran, un enfant à l'école maternelle passe plus de temps devant les écrans qu'en classe. Un écolier de cours élémentaire passe chaque année l'équivalent de deux années scolaires devant les écrans. L'équivalent étant de deux ans et demi pour un lycéen ! Et surtout, voir ensemble n'est plus la norme, la salle de cinéma devient “le truc d'avant”, et l'algorithme devient le pâle prescripteur de nos envies. Ainsi la curiosité s'étiolle, l'ouverture au monde et à la tolérance aussi.

La tranche d'âge des 15/25 ans occupe une place centrale dans notre questionnement puisque cette génération est la 1^{ère} à filmer, à publier et à partager des images au quotidien. Il faut prendre en compte ces nouvelles réalités, inventer de nouvelles pratiques qui les “concernent”, mais surtout qui les accompagnent dans leur construction personnelle et citoyenne. Cela ne peut s'envisager qu'au prix d'innovations dans le secteur de la médiation, par un travail collectif et en inscription réelle dans les territoires. Ces politiques éducatives ont de formidables vertus : lutter contre le décrochage scolaire en apportant de nouvelles sources de motivation, travailler à prendre en compte, de façon collaborative, les spécificités du territoire et de son public, relier les actions du temps scolaire à celles du temps libre ; enfin réfléchir, qu'à l'heure de l'accès quasi immédiat à tous les films sur les terminaux numériques... Pour quelle raison se déplace-t-on encore dans les salles ? Indéniablement, pour d'autres raisons que pour simplement voir le film ? pour la valeur-ajouté du lien social, de l'acte volontaire d'éteindre son écran, sortir de chez soi et aller au cinéma.

Le public de demain se construit aujourd'hui, notamment pendant le temps scolaire. Cela requiert la forte volonté de toutes les parties, CNC, Ministère de la Culture, collectivités, ... et en premier lieu aujourd'hui de l'Education Nationale. Le dialogue doit porter sur l'adaptation des circulaires ministérielles, mais aussi sur l'articulation du Pass Culture avec ces dispositifs d'éducation, afin d'accompagner des initiatives. L'enjeu est important.

Depuis plus de trente ans, le Festival du Film de Sarlat (du 7 au 11 novembre) est la seule manifestation culturelle à offrir à des lycéens en spécialité cinéma-audiovisuel un programme pédagogique autour des films étudiés pour le bac, le festival accueille chaque année 600 élèves et leurs professeurs.